



**ประชุมวิชาการส่งเสริมสุขภาพ  
และอนามัยสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ครั้งที่ 15  
12-14 มิถุนายน 2565**

โรงแรมมิราเคิลแกรนด์ คอนเวนชัน กรุงเทพมหานคร

**ก้าวผ่านโควิด  
ส่งเสริมการใช้ชีวิตสุขภาพดี  
Healthy active living beyond COVID**

**เสวนาเรื่อง “การตลาดอาหารทำให้เด็กอ้วน จริงหรือ?”**

Parallel Section 10

โรงแรมมิราเคิลแกรนด์คอนเวนชัน ห้อง GRAND B วันที่ 14 มิถุนายน 2565 เวลา 10.30 - 12.00 น.

**วิทยากร:**

ดร.พญ.สายพิน โชติวิเชียร ผู้อำนวยการสำนักโภชนาการ  
ดร.นงนุช โจ้ชื่น สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ (IHPP)  
ทพญ.ปิยะดา ประเสริฐสม อดีตผู้ทรงคุณวุฒิกรมอนามัย  
ดร.สง่า ดามาพงษ์ ที่ปรึกษากรมอนามัย และผู้ทรงคุณวุฒิ สสส.

**สาระสำคัญ:**

**สถานการณ์โรคอ้วนในเด็ก/การจัดการปัญหาโรคอ้วนในเด็ก  
ระดับโลกและประเทศไทย**

ภาวะอ้วนในเด็กยังคงเพิ่มขึ้น และมีพฤติกรรมบริโภคที่ไม่เหมาะสม เช่น ดื่มน้ำอัดลมและ Fast food บ่อย ที่ผ่านมาได้มีความพยายามแก้ไข ปัญหาภาวะอ้วนในเด็กอย่างต่อเนื่อง โดยการส่งเสริมและสนับสนุนให้เด็ก มีสุขภาพดี ทั้งการสร้างเสริมความรู้ให้แก่เด็ก และสร้างสิ่งแวดล้อมให้เอื้อ ต่อพฤติกรรมสุขภาพ อย่างไรก็ตามจากรายงานมาตรการและตัวชี้วัด ระดับโลกเพื่อยุติโรคอ้วนในเด็ก (ECHO) พบว่า ประเทศไทยยังขาด มาตรการในการปกป้องเด็กจากการตลาดอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพ หรือ อาหารที่มีไขมัน น้ำตาล และโซเดียมสูง ซึ่งมาตรการควบคุมการตลาด อาหารและเครื่องดื่มในเด็กจัดเป็นมาตรการที่มีประสิทธิผลอันอิงอยู่บน หลักฐานเชิงประจักษ์ และมีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ ภายใต้แผนปฏิบัติการ ยุทธศาสตร์โลกเพื่อการป้องกันและควบคุมโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) ตามมติสมัชชาอนามัยโลกครั้งที่ 61

**อิทธิพลของการตลาดอาหารต่อสุขภาพเด็ก**

มาคาดคิดของการโฆษณาอาหารและเครื่องดื่มทำให้ผู้บริโภคมองเห็นและรับรู้แต่ประโยชน์หรือด้านดีของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคมองไม่เห็นอันตราย ของสารอาหารที่มีอยู่ในสินค้า การโฆษณาทำให้เด็กจะเกิดความจดจำจากการดูซ้ำๆ ทำให้รู้สึกชอบในตัวผลิตภัณฑ์จาก การใช้คนที่มีชื่อเสียงร่วม โฆษณาสินค้า หรืออยากได้รางวัลชิงโชค จนนำไปสู่การตัดสินใจซื้อและบริโภค

**การควบคุมการตลาดอาหารที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ โดยเฉพาะในสถานศึกษา**

การขับเคลื่อนนโยบายเครือข่ายเด็กไทยไม่กินหวาน เริ่มต้นมาตั้งแต่ปี 2545 ผ่านการดำเนินงานต่างๆ ได้แก่ โครงการโรงเรียนปลอดน้ำอัดลม มาตรการภาษีเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของน้ำตาล โรงเรียนอ่อนหวาน และขับเคลื่อนการจัดการสิ่งแวดล้อมด้านอาหารโดยสร้างความร่วมมือกับ สพฐ. จนมีประกาศ สพฐ. ว่าด้วยการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่ส่งเสริมสุขภาพของสถานศึกษา พ.ศ. 2564 และ ประกาศกระทรวงศธ. เรื่อง มาตรการ และแนวทางการสร้างเสริมความรู้และทักษะในการดูแลสุขภาพช่องทางและการเลือกรับบริการทางทันตกรรม พร้อมทั้งสร้างความรอบรู้ ด้านการบริโภคและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในเด็กนักเรียน

**แนวทางเพื่อป้องกันเด็กจากอิทธิพลของการตลาด** หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือในการขับเคลื่อนมาตรการควบคุมการตลาด อาหารที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพเพื่อปกป้องเด็กไทยไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของการตลาดอย่างจริงจัง

